COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 29 novembre 2016

Mediametrie

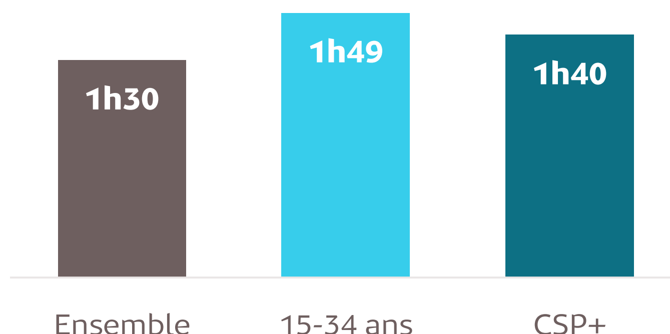
Audience Internet Ordinateur en France en octobre 2016

Les internautes passent 1h30 chaque jour sur Internet depuis leur ordinateur

En octobre 2016, 47,3 millions d'individus se sont connectés au moins une fois sur Internet à partir d'un ordinateur au cours du mois. Parmi eux, 24,9 millions l'ont fait en moyenne chaque jour, soit près de 2 Français sur 5 (39,9%).

Au quotidien, les internautes ont passé chacun 1 heure et 30 minutes en moyenne sur Internet depuis leur ordinateur. Ce sont les individus âgés entre 15 et 34 ans qui passent le plus de temps sur Internet avec 1 heure et 49 minutes par jour. Les CSP+ surconsomment Internet au quotidien en y consacrant chaque jour 10 minutes de plus que l'ensemble des internautes, soit 1 heure et 40 minutes.

Temps passé par jour par personne sur ordinateur en octobre 2016



Les internautes passent le plus de temps sur les sites de jeux en ligne, leur consacrant 49 minutes et 29 secondes chaque jour. Arrivent ensuite les Blogs et Sites Communautaires puis les sites de Vidéos et Cinéma. Les internautes y dédient respectivement 32 minutes et 30 secondes et 24 minutes et 33 secondes en moyenne au quotidien.

Top 3 des sous-catégories en temps passé par jour par personne sur ordinateur en octobre 2016

Rang	Sous-catégories*	Temps par jour par personne
1	Jeux en ligne	00:49:29
2	Blogs / Sites communautaires	00:32:30
3	Vidéos / Cinéma	00:24:33

*dont l'audience jour moyen est supérieure à 1 million de visiteurs uniques

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – octobre 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

P

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	41 632 000
2	Microsoft	35 523 000
3	Facebook	27 695 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	23 274 000
5	Orange	19 740 000
6	Webedia	19 589 000
7	Solocal Group	19 053 000
8	Schibsted	18 295 000
9	Wikimedia Foundation	17 045 000
10	Amazon	15 750 000
11	Prisma Media	15 051 000
12	Groupe Lagardere	14 900 000
13	Iliad	14 581 000
14	Vivendi	13 895 000
15	M6	13 853 000
16	La Poste	13 037 000
17	Groupe Auchan	12 752 000
18	Groupe Credit Agricole	12 670 000
19	Yahoo	12 324 000
20	Groupe Casino	12 190 000
21	Groupe Le Monde	11 933 000
22	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	10 753 000
23	eBay	10 283 000
24	Groupe Numericable - SFR	9 936 000
25	auFeminin	9 831 000
26	francetélévisions	9 660 000
27	Ministere de l Education Nationale	9 282 000
28	Next Radio TV	8 902 000
29	Fnac	8 845 000
30	Association VideoLAN	8 737 000
31	Gouvernement Francais	8 598 000
32	Altice Media Group	8 535 000
33	Apple Computer	8 447 000
34	Carrefour	8 234 000
35	Groupe TF1	8 160 000
36	SNCF France	7 861 000
37	Michelin	7 493 000
38	Pole Emploi	7 107 000
39	Pinterest.com	6 896 000
40	Assurance Maladie	6 817 000
41	Mondadori	6 799 000
42	OTTO	6 472 000
43	Societe Generale	6 456 000
44	Groupe Le Parisien	6 377 000
45	20 Minutes France	6 215 000
46	Credit Mutuel	6 164 000
47	Kingfisher	6 021 000
48	Meteo France	5 842 000
49	Caisse Nationale Allocations Familiales CNAF	5 826 000
50	Twitter	5 777 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – octobre 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en octobre 2016

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	40 636 000	16 219 000
2	Facebook	27 427 000	8 419 000
3	YouTube	24 956 000	4 380 000
4	Microsoft	24 239 000	3 231 000
5	Orange - T	18 513 000	5 208 000
6	Leboncoin.fr - TS ACPM	18 286 000	2 666 000
7	Wikipedia	16 799 000	1 573 000
8	Amazon	15 421 000	1 618 000
9	Windows Live	14 929 000	1 812 000
10	Skype	14 394 000	3 514 000
11	PagesJaunes	14 140 000	1 084 000
12	Free	14 030 000	1 661 000
13	Yahoo - T	10 991 000	2 328 000
14	Cdiscount	10 753 000	836 000
15	Bing	10 557 000	1 591 000
16	MSN - T	10 408 000	2 188 000
17	impots.gouv.fr	10 393 000	656 000
18	Le Figaro - TS ACPM	9 672 000	871 000
19	Outlook (Outlook.com)	9 502 000	2 309 000
20	SFR	9 382 000	1 783 000
21	Linternaute.com - TS	8 864 000	522 000
22	Fnac	8 791 000	611 000
23	Videolan	8 737 000	1 218 000
24	Blogger	8 727 000	625 000
25	CommentCaMarche - TS	8 494 000	496 000
26	Apple	8 381 000	807 000
27	Credit Agricole	8 081 000	1 436 000
28	Le Monde - TS ACPM	7 995 000	742 000
29	AlloCine - TS	7 663 000	515 000
30	eBay	7 450 000	777 000
31	Mappy	7 418 000	451 000
32	LA POSTE	7 238 000	1 027 000
33	Marmiton - TS	7 109 000	415 000
34	Pole Emploi	7 099 000	782 000
35	OverBlog	7 027 000	420 000
36	ViaMichelin - TS	6 974 000	259 000
37	Pinterest	6 896 000	527 000
38	Assurance Maladie	6 804 000	533 000
39	Tele Loisirs - TS ACPM	6 481 000	907 000
40	Voyages-Sncf.com	6 393 000	441 000
41	Le Journal des Femmes - TS	6 321 000	357 000
42	Le Parisien - TS ACPM	6 269 000	412 000
43	20minutes.fr - TS ACPM	6 215 000	522 000
44	franceinfo - TS ACPM	6 077 000	440 000
45	Meteo France	5 842 000	603 000
46	Twitter	5 775 000	599 000
47	Service-Public.fr	5 753 000	305 000
48	BFM TV - TS ACPM	5 747 000	412 000
49	caf.fr	5 721 000	416 000
50	MYTF1 - T	5 690 000	454 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – octobre 2016 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mails, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média…

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d' octobre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,8 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Benoit David
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr